

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik), sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Hal ini perlu di tekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi sebagai saluran dalam komunikasi massa. (Nurudin. 2007:4)

Film bermula pada kahir abad ke-19 sebagai teknologi baru, tetapi konten dan fungsi yang ditawarkan masih sangat jarang. Film kemudian berubah menjadi alat presentasi dan distribusi dari tardisi hiburan yang lebih tua, menawarkan cerita, panggung, musik, drama, humor, dan trik teknis bagi konsumsi populer. Film juga hampir menjadi media massa yang sesungguhnya dalam artian bahwa film mampu menjangkau populasi dalam jumlah besar dengan cepat, bahkan di wilayah pedesaan. Sebagai media massa, film merupakan bagian dari respons terhadap penemuan waktu luang, waktu libur dari kerja, dan sebuah jawaban atas tuntutan untuk cara menghabiskan waktu luang keluarga yang sifatnya

terjangkau dan (biasanya) terhormat. Film memberikan keuntungan budaya bagi kelas pekerja yang telah dinikmati oleh kehidupan sosial mereka yang cukup baik. Dinilai dari pertumbuhannya yang fenomenal, permintaan yang dipenuhi oleh film sangatlah tinggi. Dari elemen yang disebutkan di atas, bukanlah teknologi ataupun iklim politik, tetapi kebutuhan individu yang dipenuhi oleh film lah yang paling penting. Hal yang paling jelas adalah mereka yang kabur dari realitas yang membosankan ke dunia yang glamor, keinginan yang kuat untuk terjebak di dalamnya, pencarian tokoh idola dan pahlawan, keinginan untuk mengisi waktu luang dengan aman, murah, dan dengan bersosialisasi. (Dennis McQuail. 2011:35)

Walaupun media film telah dinomorduakan terhadap televisi, film juga menjadi lebih menyatu dengan media lain, terutama penerbitan buku, music, pop, dan televisi. Film telah mendapatkan peran yang besar, (Jowett dan Linton, 1980) walaupun berkurang khalayak mereka sendiri sebagai sebuah pajangan bagi media lain dan sebagai sumber kebudayaan yang darinya menghasilkan buku, kartun strip, lagu dan bintang televisi serta serial. Oleh karena itu, film adalah sebuah pencipta budaya massa. Bahkan, menurunnya penonton film kemudian dikompensasikan oleh parapenonton film domestic yang dijangkau oleh televisi, rekaman digital, kabel dan saluran satelit. (Dennis McQuail. 2011:37)

Ada beberapa definisi komunikasi menurut para ahli yang dapat di ungkapkan secara kualitatif ataupun secara level dan konteks. (Santoso. 2010:5)

1. Komunikasi adalah proses di mana seorang individu (komunikator) mentransmisikan stimulus untuk mempengaruhi tindakan orang lain. (Hovland, Janis, & Kelley 1953)
2. Komunikasi adalah proses di mana kita memahami dan di pahami orang lain. Hal ini berjalan secara dinamis, terus berubah dan berganti, tergantung seitasu terkait. (Anderson,1959)
3. Komunikasi tidak semata-mata merujuk pada transmisi pesan verbal, eksplisit, dan intensional, tetapi jugajuga meliputi segala proses di mana seseorang mempengaruhi yang lain. (Ruesch & Beteson 1961)

Komunikasi tidak belangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Kategori berdasarkan tingkat (level) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikithingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak. Terdapat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu : (Deddy Mulyana. 2007:80)

1. Komunikasi Intrapribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri. contohnya berfikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya.
2. Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.
3. Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai masuk dari bagian kelompok tersebut.
4. Komunikasi Publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah tamu.
5. Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

6. Komunikasi Massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Menurut Baran (2010:7) bahwa komunikasi massa merupakan proses terciptanya suatu makna bersama media massa dan khalayaknya, dengan menawarkan banyak pesan yang identic serta umpan balik yang tertunda.

Berikut jenis-jenis media komunikasi massa terdiri atas : **(a) Buku, (b) Majalah, (c) Surat Kabar, (d) Radio Siaran, (e) Televisi, (f) Internet, (g) Film**

Film sebagai bentuk karya seni, banyak maksud dan tujuan yang terkandung di dalam pembuatannya. Hal ini dipengaruhi juga oleh pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film tersebut. Meskipun cara pendekatannya berbeda, dapat dikatakan setiap film mempunyai suatu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan-muatan masalah yang dikandung. Selain itu film juga dirancang untuk melayani keperluan public terbatas maupun berbalik tak terbatas (Sumarno, 1996:10). Hal ini disebabkan pula adanya unsur idiologi

dari pembuat film diantaranya unsur budaya, sosial, psikologis, penyampaian bahasa film dan unsur-unsur yang menarik ataupun merangsang imajinasi khalayak. (Irawanto, 1999:8)

Menurut pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman (UU baru tentang perfilman) “Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan”.

Film merupakan transformasi dari kehidupan manusia di mana nilai yang ada di dalam masyarakat sering sekali dijadikan bahan utama pembuatan film. Seiring bertambah majunya seni pembuatan film dan lahirnya seniman film yang makin handal, banyak film kini telah menjadi suatu narasi dan kekuatan besar dalam membentuk klise massal. Film juga dapat dijadikan sebagai media propaganda oleh pihak-pihak tertentu di dalam menarik perhatian masyarakat dan membentuk kecemasan ketika dipertontonkan, contoh tentang kekerasan, anti sosial, rasisme dan lain-lain. Kecemasan ini muncul berasal dari keyakinan bahwa isi pesan mempunyai efek moral, psikologis, dan masalah sosial yang merugikan.

2.2 Film Sebagai Industri

Kata industri berasal dari bahasa latin *industria* yang berarti keterampilan dan penuh sumber daya ; dengan demikian industrial merupakan makhluk yang terampil dan penuh sumberdaya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa secara erimologis insdustri senantiasa dilakukan manusia untuk mepertahankan hidupnya dengan bantuan lat-alat tertentu. (Soekanto, 1987:2)

Industri dalam pengertian luas dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

1. Indsutri primer, yaitu industri yang langsung mengambil komoditas ekonomi dari alam tanpa proses pengolahan, seperti pertanian, pertambangan, dan kehutanan.
2. Industri Sekunder, yaitu industri yang mengolah bahan mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Industri sekunder dinamakan pula industri manufaktur atau pabrik.

Jenis-jenis industri selanjutnya dikelompokkan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang terlibat. Bardasarkan jenis tersebut, industri terbagi menjadi tiga jenis yaitu :

- a) Industri kecil yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya kurang dari 10 orang. Pada umumnya, industri kecil merupakan bentuk insdustri rumah tangga.
- b) Industri sedang yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya berkisar antara 10-300 orang.
- c) Industri besar yaitu industri yang jumlah tenaga kerjanya lebih dari 300 orang.

Film berperan penting sebagai industri hiburan yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Menurut Dennis McQuail mengatakan bahwan media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait, media massa juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturanatau regulasi dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat atau institusi sosial lainnya. (Nurudin, 2007:34)

Sejatinya, sejak film pertama diproduksi di bumi pertiwi tahun 1926 republik Indonesia berdiri hingga tahun 2006. Sebuah indsutri film adalah terjalin utuhnya ketiga rantai pembentukan industri film, yaitu rantai produksi, rantai distribusi, dan rantai ekshibisi. **Rantai produksi** film merupakan semua pekerjaan, mulai dari pemilihan ide cerita hingga film seleksi dibuat dan siap didistribusikan. Termasuk

dalam rantai produksi adalah semua kru, perusahaan pembiayaan/investor, rumah produksi, perusahaan penyewa alat, dan *post-production house*. **Rantai distribusi** adalah semua pekerjaan penyebarluasan film untuk dinikmati penonton di bioskop. Dalam rantai ini, perusahaan distribusi film atau distributor memainkan peran utama menyalurkan film dari produsen ke jaringan bioskop, televisi dan home video (DVD dan VCD). **Rantai ekshibisi** adalah semua pekerjaan menayangkan film di bioskop oleh jaringan bioskop. Dalam rantai ini kelompok-kelompok bioskop dengan ribuan layarnya menjadi ujung tombak agar *output* rantai produksi dapat dinikmati oleh para pecinta film bioskop. (Effendy, 2008)

Dalam rantai ekshibisi dan Distribusi tidak banyak pelaku bisnis yang terlibat. Dari tahun ke tahun, yang terlibat umumnya hanyalah orang atau perusahaan yang sama, tidak ada penambahan berarti. Di pihak lain, dalam rantai produksi telah terjadi suatu pergeseran khususnya setelah tahun 1998. Di rantai ekshibisi, kelompok pemilik ratusan layar bioskop paling terkenal di Indonesia saat ini adalah jaringan bioskop 21. Di luar kelompok ini, praktis hanya Blitz Megaplex saja yang bisa menandingi dari segi kualitas. Namun, dari segi jumlah bioskopnya, Blitz Megaplex baru ada di Bandung dan di Jakarta, dengan total 4 bioskop. Sudah selayaknya, bila produksi film kita terus meningkat dan jumlah penjualan tiket untuk film Indonesia

terus meningkat, jumlah pelaku bisnis di rantai ini dapat juga terus bertambah; bukan hanya didominasi kelompok 21 saja. Dampaknya, peluang bisnis pun akan semakin terbuka di rantai ini. (Effendy, 2008: 1-2)

Industri film memperoleh review dari audience melalui berbagai teknologi atau cara, seperti penjualan tiket (bioskop), home video, distribusi internasional, pay/view. Film Indonesia umumnya mengandalkan penonton sebagai pasar. Untuk meraih penonton, film Indonesia hanya memanfaatkan beberapa teknologi penjualan tiket bioskop, DVD/CD. Ada tiga komponen dalam industri film diantaranya yaitu : (Baran, 2011:216-221)

1. Produksi

Produksi adalah pembuatan film. Dalam produksi sebuah film, teknologi sangat berperan penting dalam menghasilkan film yang terbaik, dari segi format utama pengambilan gambar dan efek khusus yang canggih dan tidak terbayangkan. Hal ini tersebut tidak terlepas dari ongkos produksi yang tinggi.

2. Distribusi

Distribusi dahulu adalah hal yang mudah, dengan mengirimkan ke teater-teater. Namun hal ini membuat

pendistribusi film tidak merata ke seluruh dunia sehingga tidak dapat serentak diputar. Sekarang pendistribusian sudah berbentuk digital melalui jaringan internet maupun video disc.

3. Pemutaran (Ekshibisi)

Industri film dulunya mendapatkan semua penghasilannya dari ekshibisi atau pertunjukan / penayangan film di bioskop, diaman konsumen membayar untuk menonton film. Penerimaan itu, yang disebut Box Office, dibagi antara pemilik gedung dengan distributor menggunakan bagiannya untuk membayar studio sebagai uang untuk hak distribusi.

2.3 Sifat Pesan Dalam Film

Komunikasi adalah sebuah proses komunikasi untuk memperoleh pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya. Proses penyampaian pesan ini dilakukan secara verbal dengan kata-kata atau nonverbal tanpa kata-kata. Komunikasi yang pesannya dikemas secara verbal disebut komunikasi verbal, sedangkan komunikasi yang pesannya dikemas secara nonverbal disebut komunikasi nonverbal.

a) Pesan Verbal

Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat symbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan symbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu. Misalnya, kata rumah, kursi, mobil, atau mahasiswa. (Mulyana, 2008:360)

1. Bahasa

Bahasa adalah ekstensi perilaku sosial. Lebih dari itu, bahasa ucap bergantung pada perkembangan kemampuan untuk menempatkan lidah secara tepat diberbagai lokasi dalam sistem milik manusia yang memungkinkannya membuat berbagai suara kontras yang diperlukan untuk menghasilkan ucapan.

2. Kata

Kata adalah kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan

sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Oleh karena itu, ada kalanya kita sulit memahami suatu objek.

Adapun ciri-ciri pesan verbal yang terdapat di dalam film: (Mulyana, 2008:272)

1. ambigu dan kontekstual
2. mengandung bias budaya
3. Pecampuradukan fakta, penafsiran, dan penilaian

b) Pesan Nonverbal

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa

menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain.
(Mulyana, 2008:343)

Dilihat dari fungsinya, perilaku nonverbal mempunyai beberapa fungsi. Paul Ekman menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal, seperti yang dapat dilukiskan dengan perilaku mata, yakni sebagai : (Mulyana, 2008:349)

- 1) *Emblem*. Gerakan mata tertentu merupakan symbol yang memiliki kesetaraan dengan symbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan, “Saya tidak sungguh-sungguh.”
- 2) *Illustrator*. Pandangan kebawah dapat menunjukkan depresi atau kesedihan.
- 3) *Regulator*. Kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
- 4) *Penyesuaian*. Kedipan mata yang cepat meningkatkan ketika orang berada dalam tekanan. Itu merupakan respons tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
- 5) *Affect Display*. Pembesaran manik-mata (*pupil dilation*) menunjukkan peningkatan emosi. Isyarat

wajah lainnya menunjukkan perasaan takut, terkejut, atau senang.

Dilihat dari macamnya tubuh manusia adalah transmisi utama dari kode-kode presentasional. Argyle (1972) mendaftarkan sepuluh macam-macam presentasional dan menyarankan beberapa makna yang dapat mereka kirimkan. (Fiske, 2012:111-115)

1. *Kontak tubuh*. Siapa yang kita sentuh dan di mana serta kapan kita menyentuh mereka dapat mengirimkan pesan-pesan penting mengenai hubungan.
2. *Kedekatan jarak*. Seberapa dekat jarak kita dengan seseorang dapat memberikan pesan mengenai hubungan kita dengan orang tersebut.
3. *Orientasi*. Bagaimana kita menempatkan diri kita pada sudut tertentu terhadap orang lain adalah cara lain untuk menyampaikan pesan mengenai hubungan.
4. *Penampilan*. Argyle membedakan menjadi dua, yaitu aspek-aspek yang dapat dikontrol dengan mudah; rambut, pakaian, kulit, cat, dan asesoris tubuh. Aspek-aspek yang lebih sukar dikendalikan; tinggi badan, berat badan, dan sebagainya.

5. *Anggukan Kepala*. Kode ini terutama digunakan di dalam manajemen interaksi, terutama pada percakapan/pidato yang saling bergantian.
6. *Ekspresi Wajah*. Kode ini mungkin harus dijabarkan di dalam beberapa sub-kode dari alis, bentuk mara, bentuk mulut, dan ukuran lubang hidung
7. *Bahasa Tubuh/Gesture (kinesics)*. Tangan dan lengan adalah transmisi utama dari bahasa tubuh, namun gerakan dari kaki dan kepala juga penting.
8. *Postur*. Cara kita duduk, berdiri, dan berbaring dapat mengkomunikasikan serangkaian makna yang terbatas namun menarik.
9. *Gerakan Mara atau Kontak mata*. Kapan, seberapa sering, dan untuk beberapa lama kita menatap mata seseorang adalah salah satu cara penting untuk mengirimkan pesan penting mengenai hubungan, terutama terkait keinginan kita mengenai seberapa dominan atau dekat di dalam hubungan yang terjalin.
10. *Aspek Nonverbal dari Pembicaraan (Speech)* Terdapat dua kategori didalam aspek ini, yaitu :
 - a) Kode intonasi (prosodic) yang memengaruhi makna dari kata-kata yang digunakan. Nada dan

penekanan adalah kode-kode utama pada kategori ini.

Kode-kode paralinguistic yang mengkomunikasikan informasi mengenai pembicara. Warna suara, volume, aksen, kesalahan, dan kecepatan bicara mengindikasikan kondisi emosional dari pembicara, kepribadian, kelas, status sosial, cara pandang dari pendengar, dan sebagainya.

2.4 Macam-Macam Genre Film

Genre adalah istilah yang digunakan untuk mengklasifikasikan teks-teks media ke dalam kelompok-kelompok tertentu dengan karakteristik sejenis. Sebuah genre dalam film biasanya ditetapkan setelah beberapa film yang mewakili genre itu sukses dan berkembang menjadi trend. Semua genre akan mengalami pasang surut dan perkembangannya tidak selalu populer sepanjang masa. Variasi genre sendiri sendiri jumlahnya bisa mencapai ratusan, namun biasanya sebuah film tetap memilikisatu atau dua genre yang dominan. (Pratista, 2008:11)

Film Jakarta Maghrib ini masuk dalam genre comedy drama di dalam film tersebut terdapat unsur-unsur sosial, moral, pendidikan dan kebudayaan. Film ini mempunyai beberapa ide cerita didalamnya yang sangat kompleks untuk disajikan kepada khalayak terutama masyarakat Jakarta. Film ini beda dengan genre-genre yang ada di perfilman saat

ini. Mengapa demikian, karena film ini bersifat film “*untuk semua*” yaitu film “*omnibus*”. Film Omnibus atau Film Antologi adalah feature film yang di dalamnya terdapat beberapa kisah (film) pendek. Dan terkadang disutradarai oleh beberapa sutradara berbeda. Dalam Film Omnibus terdapat tema yang mengikat. Bisa merupakan tempat, orang (karakter), benda maupun emosi. Film yang berdurasi kurang lebih 75 menit ini mempunyai 6 cerita di dalamnya dengan karakteristik film dan karakter pemain yang berbeda-beda di setiap scenenya. Masing-masing cerita menyuguhkan pesan yang berbeda-beda, menceritakan kondisi yang berbeda-beda tapi dengan setingan yang sama, Magrib. Masing-masingnya cerita mengalami magribnya sendiri-sendiri di Jakarta. Yang hebat lagi, film-film ini di aktori oleh aktor-aktor yang hebat. Sebut saja Indra Birowo, Widi Mulia, Asrul Dahlan, Sjafrial Arifin, Lukman Sardi, Ringgo Agus Rahman, Deddy Mahendra Desta, Fanny Fabriana, Lilis, Reza Rahadian, Adinia Wirasti, dan Aldo Tansani. Aktor dan aktris muda tapi punya kemampuan akting yang sudah tidak perlu diragukan lagi.

Berikut ini adalah klasifikasi film berdasarkan jeni-jenis dan film jenis lain (Effendy. 2009:3-6) :

a. Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (*travelouques*) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tigapuluh enam tahun kemudian, kata 'dokumenter' kembali digunakan pembuat film dan kritikus film asal inggris Jhon Grierson untuk film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif merepresentasikan realitas (Susan Hayward, *Key Concepts in Cinema Studies*, 1996, hal 72). Sekalipun Grierson mendapattentangan dari berbagai pihak, pendapatnya tetap relevan sampai saat ini. Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macamtujuan. namun harus diakui, film dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang tau kelompok tertentu.

b. Film Cerita Pendek (*Short Films*)

Durasi film cerita pendek biasanya di bawah 60 menit. Di banyak Negara seperti Jerman, Australia, Kanada, dan Amerika Serikat, film cerita pendek dijadikan laboratorium eksperimental dan batu loncatan bagi seseorang/sekelompok orang untuk kemudian memproduksi film cerita panjang. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa maupun mahasiswi jurusan film atau

orang/kelompok yang menyukai dunia film dan ingin berlatih membuat film dengan baik. Sekalipun demikian, ada juga orang yang memang mengkhususkan diri untuk memproduksi film pendek, umumnya hasil produksi ini dipasok ke rumah-rumah produksi atau saluran televisi.

c. Film Cerita Panjang (*Feature-Length Films*)

Film dengan durasi lebih dari 60 menit lazimnya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kelompok ini. Beberapa film, misalnya *Dances With Wolves*, bahkan berdurasi 120 menit. Film-film produksi India yang cukup banyak beredar di Indonesia, rata-rata berdurasi hingga 180 menit.

d. Film-film Jenis Lain

1. Film Omnibus

Kata 'omnibus' berasal dari bahasa Latin 'omnibus' yang artinya 'untuk semuanya'. Mungkin ini sebabnya dalam suatu film omnibus, ada genre berbeda-beda yang ditawarkan. Drama, komedi, horor, thriller, dan romkom. Dalam suatu omnibus boleh ada satu tema, atau satu sutradara, atau satu penulis, atau satu aktor yang selalu muncul. Jika dalam 'Jakarta Maghrib' penulis skenarionya hanya satu (Salman Aristo), maka di 'Cinta Setaman', penulis dan sutradaranya satu orang (Hari Dagoe). Berbeda dengan *HISTERIA* dan *DILEMA* yang disutradarai oleh 5 orang

sutradara berbeda dengan tema cerita atau genre yang sama. Di Hollywood, omnibus sudah diproduksi sejak tahun 1956. Namun popularitasnya kurang sehingga belum menjadi sesuatu yang bisa dijadikan box office. Film omnibus pertama karya Hollywood bisa dibilang 'Invitation to The Dance', film bertema tari yang ditulis, disutradarai dan dibintangi sendiri oleh Gene Kelly. Berisi 3 cerita yang berbeda nuansanya. Film omnibus yang menjadi hits dan mendapat banyak penghargaan di mana-mana adalah 'Paris Je T'aime' (2006) di mana secara bombastis film ini disutradarai oleh 22 sutradara papan atas dengan menampilkan 18 cerita pendek yang nyaris berhubungan dan dibintangi oleh bintang-bintang bergengsi dunia seperti Nick Nolte, Natalie Portman, Maggie Gyllenhall, Elijah Wood, Gerard Depardieu, Juliette Binoche, Olga Kurylenko, dan masih banyak lagi. Bila dalam dunia sastra dikenal kumpulan cerpen, maka di dunia film dikenal istilah film omnibus, yaitu sebuah film yang memiliki beberapa film pendek (segmen) di dalamnya dengan jalinan cerita yang berbeda, sutradara dan pemain yang berdeda, namun memiliki satu benang merah, misalnya kesamaan genre. Film omnibus pertama di Indonesia yang meledak adalah Kuldesak yang muncul di 1998. Film yang langsung meledakkan nama para sutradaranya ini juga menjadi salah satu tonggak kembalinya era perfilman Indonesia

yang sempat mati suri di dekade '90-an. Kini, dengan semakin membanjirnya film produksi lokal, maka bertambah pula film omnibus yang dibuat.

2. Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

Film ini di produksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan, misalnya tayangan “Usaha Anda” di SCTV. Film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

3. Iklan Televisi (*TV Comercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun berupa layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat atau *Public service announcement/PSA*). Iklan produk biasanya menampilkan produk yang diiklankan ‘secara eksplisit’, artinya ada stimulus audio-visual yang jelas tentang produk tersebut. Sedangkan iklan layanan masyarakat menginformasikan kepedulian produsen suatu produk terhadap fenomena sosial yang diangkat sebagai topik iklan tersebut. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat umumnya menampilkan produk secara implisit.

4. Program Televisi (*TV Program*)

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi di bagi menjadi dua jenis yakni cerita dan noncerita. Jenis ceritaterbagu menjadi dua kelompok yakni kelompok fiksi dan kelompok nonfiksi. Kelompok fiksi memproduksi film serial (TV Series), film televisi/FTV (populer lewat saluran televisi SCTV), dan film cerita pendek. Kelompok non fiksi menggarap aneka program pendidikan, film dokumenter atau profil tokoh dari daerah tertentu. Sedangkan program noncerita sendiri menggarap *variety show*, *TV quis*, *talkshow* dan *liputan/berita*.

5. Video Klip (*Music Video*)

Sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. Dipopulerkan pertama kali lewat saluran televisi MTV tahun 1981. Di Indonesia, video klip ini sendiri kemudian berkembang sebagai bisnis yang menggiurkan seiring dengan pertumbuhan televisi swasta. Akhirnya vide klip tumbuh sebagai aliran dan industry tersendiri. Beberapa rumah produksi mantap memilih video klip menjadi bsinis utama (*core business*) mereka. Di Indonesia, tak kurang dari 60 video klip diproduksi tiap tahunnya. (Effendy. 2009:3-6)

2.5 Fungsi Film

Sejak “Audio Visual Aids (AVA)” dianggap metode yang baik dalam pendidikan, film memegang peran yang sangat penting. Oleh sebab itu diberbagai Universitas, sekolah, pelatihan pendidikan di industri-industri, lembaga kesehatan, jawatan pertanian, polisi lalu lintas dan sebagainya. Film kini dipergunakan untuk mengintensifkan usahanya (Effendy, 2003: 209).

Ada banyak fungsi dari film salah satunya sebagai duta dalam pergaulan antar bangsa. Film merupakan karya cipta manusia yang berkaitan erat dengan berbagai aspek kehidupan, mampu menghubungkan gambaran masa lampau dengan sekarang, mencerdaskan dan mencerahkan bangsa karena memberikan nilai-nilai keberagaman yang terkandung didalamnya, seperti sarana penerangan atau informasi, pengekspresian seni, dan pendidikan. Dinilai dari sudut mana pun, film adalah acuan otentik tentang berbagai hal termasuk perkembangan sejarah suatu bangsa.

Fungsi lain tentang film adalah sebagai media informasi maupun edukasi. Seperti halnya dengan buku atau karya cetak lainnya, fotografi, lukisan atau karya seni lainnya, film merupakan media penghantar informasi dan edukasi kepada masyarakat. Informasi yang tersaji dalam sebuah film memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa

selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media informasi dan edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka nation and character building.

Fungsi informasi dan edukasi dapat tercapai apabila para pembuat film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter yang baik, dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang. Tetapi sayangnya, hingga kini masih banyak produser film yang hanya mementingkan kepentingan diri sendiri saja untuk menambah pundi-pundi uang mereka dengan memproduksi film yang bisa dikatakan tidak berkualitas yang hanya menjual sensasi dan sensualitas saja. Seperti maraknya film-film yang beredar hingga sekarang ini masih film-film yang cenderung bersifat menakutkan (Film horror), berbau sensualitas atau kombinasi dari keduanya. Sehingga keberadaan film itu merusak citra film-film baik yang bermuatan pendidikan, moral, dan kebudayaan.

Marselli Sumarno menyebut fungsi film memiliki nilai pendidikan. Nilai pendidikan sebuah film tidak sama dengan kata pendidikan di bangku sekolah atau kuliah. Nilai pendidikan sebuah film mempunyai makna sebagai pesan pesan moral film yang semakin halus pembuatannya akan semakin baik. Pesan pendidikan di sebuah film bila dibuat dengan halus akan menimbulkan kesan bahwa khalayak tidak merasa digurui. Hampir semua film mengajari atau memberi tahu

khalayak tentang sesuatu, karena dengan menonton film khalayak dapat belajar bagaimana bergaul dengan orang lain, bertingkah laku, berpenampilan dan sebagainya. (Sumarno, 1996:96)

2.6 Teori-Teori Tanda Dalam Film

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *scene*, yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poeika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang merujuk pada adanya hal lain.

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda. Tanda menurut Pierce (Fiske, 2012:76-77) adalah lambang (*symbol*), ikon (*icon*), dan indeks (*index*). Simbol atau lambang diartikan sebagai suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Pada Sebuah *ikon*, tanda mirip dengan objek pada aspek-aspek tertentu; terlihat atau terdengar sama seperti objek. Sedangkan pada sebuah *indeks*, terdapat hubungan langsung

antara sebuah tanda dengan objeknya; keduanya benar-benar terhubung. Pada sisi lain sebuah *simbol*, tidak memiliki kemiripan maupun hubungan antara tanda dan objek: sebuah simbol berkomunikasi hanya karena orang-orang setuju bahwa simbol tersebut mewakili sesuatu. Sebuah foto adalah ikon, asap adalah indeks dari api, dan sebuah kata adalah simbol. (Fiske, 2012:76-77)

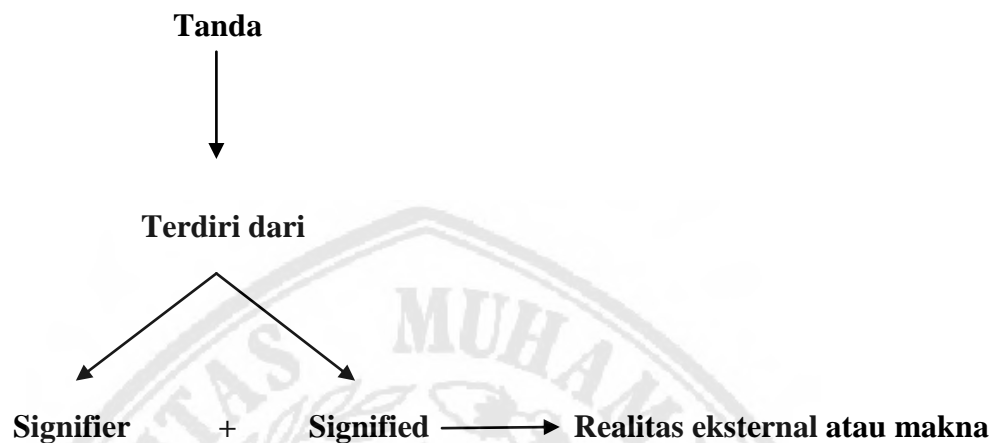
Penelitian ini menggunakan Mitologi Roland Barthes yang membahas pemaknaan atas tanda dengan menggunakan signifikasi dua tahap signifikasi yaitu mencari makna yang denotatif dan konotatif yakni makna sesungguhnya dan makna kiasan. Definisi konseptual merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian, ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Sehubungan dengan itu maka peneliti akan merumuskan konsep yang berhubungan dengan penelitian ini.

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditaksir maknanya. Semiotika merupakan suatu metode analisa untuk mengkaji tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat di anggap mewakili sesuatu yang lain, baik bersifat manusiawi maupun hewani, berhubungan dengan sesuatu bahasa tertentu apa tidak,

mengandung unsur kebenaran atau kekeliruan, bersifat sesuai atau tidak sesuai, bersifat wajar atau mengandung unsur yang dibuat-buat. Tradisi Semiotik memfokuskan pada tanda-tanda dan simbol-simbol.

Seorang ahli bahasa dari Swiss Ferdinand De Saussure. Saussure amat tertarik pada bahasa. Saussure melihat bahwa bahasa adalah jenis tanda tertentu dan semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda, proses menanda dan menandai. Sebagai seorang ahli bahasa, maka bahasa merupakan ketertarikan utama Saussure. Dia lebih fokus pada bagaimana tanda-tanda (atau, di dalam konteks Saussure adalah kata-kata) terkait dengan tanda-tanda yang lain. Saussure memfokuskan perhatian lebih pada tanda itu sendiri. Tanda, bagi Saussure, adalah sebuah objek fisik yang memiliki makna; atau kalau dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). *Signifier* atau penanda adalah gambaran fisik nyata dari tanda ketika kita menerimanya-coretan pada kertas atau suara di udara; *signified* atau petanda adalah konsep mental yang mengacu pada gambaran fisik nyata dari tanda. Konsep mental dikenali secara luas oleh anggota dari suatu budaya yang memiliki bahasa yang sama. Secara tidak langsung dapat mengenali persamaan antara *signifier* dari Saussure dan *sign* (tanda) dari Peirce dan *interprenant* dari Peirce dengan *signified* dari Saussure. Saussure menyebut hubungan tersebut sebagai signifikasi namun hanya memberi

sedikit penjelasan mengenai hal tersebut. Model Saussure divisualisasikan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1 Model Semiotik Ferdinand De Saussure

Saussure mendefinisikan dua cara untuk membuat tanda-tanda di organisasi menjadi kode, cara yang pertama melalui paradigma. Sebuah paradigma adalah satu set (pilihan) tanda di mana satu tanda yang digunakan dipilih dari rangkaian tanda tersebut. Cara kedua dari Saussure adalah sintagmatik. Sebuah sintagma adalah pesan yang merupakan kombinasi dari tanda-tanda yang terpilih. (Fiske, 2012:72-73)

Kode merupakan sistem pengorganisasian tanda. Kode mempunyai sejumlah unit (atau kadang-kadang satu unit) tanda. Cara menginterpretasikan pesan-pesan yang tertulis tidak mudah dipahami. Jika kode sudah diketahui, maka makna akan bisa dipahami. Dalam semiotik kode dipakai untuk merujuk pada struktur perilaku manusia.

Saussure merumuskan dua cara pengorganisasian tanda kedalam kode, yaitu :

a. Paradigmatik

Merupakan sekumpulan tanda yang terdiri dari dalamnya dipilih satu untuk digunakan. Misalnya, kumpulan bentuk untuk rambu lalu lintas-persegi, lingkaran atau segitiga-merupakan bentuk-bentuk untuk paradigm, dengan paradigm itu sekumpulan simbol dapat bekerja didalamnya. Karena itu berlaku sistem seleksi tanda. Artinya, setiap kita berkomunikasi, kita harus memilih dari sebuah paradigma. Dalam semiotik paradigmatic digunakan untuk mencari oposisi-oposisi (simbol-simbol) yang ditemukan dalam teks (tanda) yang bisa membantu memberikan makna. Dengan kata lain, bagaimana oposisi-oposisi yang tersembunyi dalam teks menggeneralisasi makna.

b. Sintagmatik

Merupakan pesan yang dibangun dari paduan tanda-tanda yang dipilih. Rambu lalu lintas adalah sintagma, yakni paduan dari bentuk-bentuk pilihan dengan simbol pilihan. Dalam bahasa misalnya, kosakata adalah paradigm dan kalimat adalah sintagma. Semua kesan melibatkan seleksi (dari paradigma) dan kombinasi (kedalam sintagma). Dalam semiotik; sintagma digunakan untuk

menginterpretasikan teks (tanda) berdasarkan urutan peristiwa/ kejadian menggeneralisasi makna.

2.7 Mitos Dalam Semiologi Rolland Barthes

Berdasarkan semiotika yang dikembangkan Saussure, Barthes tumbuh dan kemudian mengembangkan dua sistem penandaan bertingkat yang disebutnya sistem denotasi dan sistem konotasi. Dalam setiap esainya, Barthes menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat. (Sobur, 2006:69)

1. Signifier (penanda denotatif)	2. Signified (petanda denotatif)
3. Denotativ sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Tabel 2 Peta Tanda Rolland Barthes

Dari peta tanda Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan Petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga Penanda Denotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Roland Barthes pertama kali merancang sebuah model sistematis dengan model ini proses negosiasi. Ide pemaknaan interaktif dapat dianalisis. Inti teori Barthes adalah ide tentang dua tatanan signifikasi (*orders of signification*). Ada beberapa tatanan signifikasi yang diungkapkan oleh Barthes, yaitu : (Fiske, 2012: 140)

a. Denotasi

Pada tahap ini menjelaskan relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) di dalam tanda, dan antara tanda dengan objek yang diwakilinya (*its referent*) dalam realitas eksternalnya. Barthes menyebutnya sebagai denotasi. Denotasi merujuk pada apa yang diyakini akal sehat / orang

banyak (*common-sense*), makna yang teramati dalam sebuah tanda.

b. Konotasi

Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda di tahap kedua signifikasi tanda. Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam budaya mereka. Hal ini terjadi ketika makna bergerak ke arah pemikiran subjektif atau setidaknya intersubjektif: yakni ketika interpretasi (*interpretant*) dipengaruhi sama kuatnya antara penafsir (*interpreter*) dan objek atau tanda itu sendiri.

c. Mitos

Barthes menjelaskan cara yang kedua dalam cara kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Penggunaan lazimnya adalah kata-kata yang menunjukkan ketidakpercayaan penggunaannya. Mitos adalah sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam.

2.8 Kerangka Konseptual

Konsep adalah abstraksi atau gambaran yang dibangun dengan menggeneralisasi suatu pengertian. Konsep tak bisa diamati, tak bisa diukur secara langsung. Agar bisa diamati konsep harus dijabarkan dalam variabel-variabel. Misalnya, konsep ilmu alam lebih jelas dan konkrit, karena dapat diketahui dengan paca indera. Sebaliknya, banyak konsep ilmu – ilmu sosial menggambarkan fenomena sosial yang bersifat abstrak dan tidak segera dapat dimengerti. Seperti konsep tentang tingkah laku, kecemasan, kenakalan remaja dan sebagainya. Oleh karena itu perlu kejelasan konsep yang dipakai dalam penelitian.

Kerangka konsep merupakan susunan kontruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. kerangka pemikiran/ kerangka konseptual ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengeukurnya dapat dirinci secara kongkrit. Kerangka konseptual merupakan batasan yang digunakan dalam penelitian ini.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini meliputi :

<http://renirespita.blogspot.co.id/2015/05/mtode-penelitian-kerangka-konseptual.html> (diakses pada 20 Oktober 2016 pukul 09.58 WIB)

1. Makna

Blumer mengawali teorinya dengan premis bahwa perilaku seseorang terhadap sebuah objek atau orang lain ditentukan oleh makna yang dia pahami tentang objek atau orang tersebut. Seseorang memperoleh makna atas sesuatu hal melalui interaksi. Dengan demikian dapat dikatakan makna adalah hasil interaksi sosial. Makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. (Santoso, 2010:22)

Semiotik melihat komunikasi sebagai pencipta/pemunculan makna di dalam pesan baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi di dalam pesan. Makna adalah sebuah proses yang aktif: para ahli semiotik menggunakan kata kerja seperti ; menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mungkin merupakan istilah yang paling berguna yang mengindikasikan hal-hal seperti kepada dan dari, memberi dan menerima antara manusia/orang dan pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. Bahkan mungkin akan berguna mengganti istilah 'makna' dan

menggunakan istilah yang jauh lebih aktif dari pierce yaitu '*semiosis*' tindakan memaknai. (Fiske, 2012:76)

2. Tanda

Semua model-model mengenai makna secara luas memiliki bentuk yang hampir sama. Masing-masing terfokus pada tiga elemen dengan cara tertentu ataupun cara yang lain, pasti terlibat di dalam semua kajian mengenai makna. Elemen-elemen tersebut adalah : tanda, acuan dari tanda, dan penggunaan tanda.

Sebuah tanda adalah sesuatu yang bersifat fisik, dapat diterima oleh indera kita; mengacu pada sesuatu di luar dirinya; dan bergantung pada pengenalan diri para pengguna bahwa itu adalah tanda. (Fiske, 2012:68)

3. Pesan

Pesan (*message*) merupakan berbagai macam bentuk pernyataan yang disampaikan seseorang kepada orang lain. Simbol misalnya, bisa dalam bentuk gerakan anggota tubuh, suara, kata-kata sebagai pernyataan sikap, pendapat, perasaan. Bila kita analisis pesan terdiri atas, makna pesan, simbol pesan, dan bentuk susunan pesan. Makna yang terkandung dalam pesan sangat bergantung pada penerima pesan. Pesan merupakan konsep yang dinamis, berbeda atau berubah dari satu orang atau kelompok ke yang lain. (Hamidi, 2010:40)

4. Sosial

Proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. (Mulyana, 2008:105)

Menurut Soekanto (1997) ada empat pola interaksi sosial, yaitu kerjasama (*cooperation*), persaingan (*competition*), pertentangan (*conflict*), dan akomodasi (*accommodation*). (Dayakisni, Hudaniah, 2009:105)

Menurut Gillin (dalam Soekanto, 1997) ada dua macam proses sosial yang timbul sebagai akibat adanya interaksi sosial, yaitu proses asosiatif dan proses disosiatif. Proses asosiatif terdiri dari akomodasi, asimilasi, dan akulturasi, sedangkan proses disosiatif meliputi persaingan dan pertentangan atau pertikaian yang mencakup kontroversi dan konflik. (Dayakisni, Hudaniah, 2009:1055)

5. Simbol

Barthes (1997) merujuk pada cara ketiga penandaan dalam tatanan ini. Hal ini ia istilahkan dengan simbolik. Sebuah objek menjadi simbol ketika diakui melalui konvensi dan menggunakan makna yang memungkinkannya mewakili hal lain. Gagasan Barthes mengenai simbol kurang terbangun secara

sistematis dibandingkan dengan gagasan tentang konotasi dan mitos, dan karenanya kurang memuaskan. (Fiske, 2012:150)

6. Mitos

Mitos adalah suatu informasi yang sebenarnya salah tetapi dianggap benar karena telah beredar dari generasi ke generasi. Begitu luasnya suatu mitos beredar di masyarakat sehingga masyarakat tidak menyadari bahwa informasi yang diterimanya itu tidak benar. Karena begitu kuatnya keyakinan masyarakat terhadap suatu mitos tentang sesuatu hal, sehingga mempengaruhi perilaku masyarakat. Mitos atau mite (myth) adalah cerita prosa rakyat yang di tokohi oleh para dewa atau makhluk setengah dewa yang terjadi di dunia lain (kahyangan) pada masa lampau dan dianggap benar-benar terjadi oleh yang punya cerita atau penganutnya. Mitos juga disebut Mitologi, yang kadang diartikan Mitologi adalah cerita rakyat yang dianggap benar-benar terjadi dan bertalian dengan terjadinya tempat, alam semesta, para dewa, adat istiadat, dan konsep dongeng suci. Mitos juga merujuk kepada satu cerita dalam sebuah kebudayaan yang dianggap mempunyai kebenaran mengenai suatu peristiwa yang pernah terjadi pada masa dahulu. Jadi, Mitos adalah cerita tentang asal-usul alam semesta, manusia, atau bangsa yang diungkapkan dengan cara-cara gaib

dan mengandung arti yang dalam.

<https://ulfamr.wordpress.com/2012/10/14/definisi-mitos->

[legenda-dan-cerita-rakyat/](#) (diakses pada 12 Oktober 2016 pukul

12:39)

